

# **PRESENÈNCIA I LIDERATGE DE LES DONES**

**A L'AUDIOVISUAL EUROPEU  
DE NETFLIX**

Treball Final de Grau

**Autora: Clàudia Sarola Figueras  
Tutora: Sílvia Espinosa Mirabet**

## Resum

Avui en dia, les dones són minoria en la ideació i creació dins el sector audiovisual, així com en els llocs de responsabilitat. Les dones quan volen esdevenir directives en aquest camp s'enfronten a barreres derivades de les idees preconcebudes com la seva falta de preparació o de capacitat. Així doncs, aquesta investigació, busca observar l'evolució de les dones directores, productores executives i guionistes europees que compten amb una producció a Netflix entre els anys 2016 i 2021; és a dir, com la ràpida consolidació de la plataforma de *streaming*, Netflix, interfereix en la realitat audiovisual.

A través d'una anàlisi de continguts quantitativa on s'han tingut en compte tant les produccions pròpies de la plataforma com els films en els quals Netflix ha participat com a distribuïdora, s'ha obtingut una mostra de 612 pel·lícules i sèries. Els resultats han corroborat una elevada masculinització dins la indústria cinematogràfica en els serveis de streaming, i que encara són minoritàries les produccions de lideratge femení.

**Paraules clau:** Netflix; estudis de gènere; directora; guionista; productora executiva.

## Abstract

Nowadays, women are a minority in the audiovisual sector in terms of ideation and creation, as well as in positions of responsibility. When women want to become managers in this field, they face barriers derived from preconceived ideas such as their lack of preparation or ability. So, this research follows the aim to observe the evolution of European women directors, executive producers and screenwriters who have a production on Netflix between 2016 and 2021; meaning, how the fast consolidation of the streaming platform, Netflix, interferes with the audiovisual reality.

Through a quantitative content analysis that included the platform's own productions and the films in which Netflix has participated as a distributor, a sample of 612 films and series was obtained. The results confirmed the high masculinisation of the film industry in streaming services, and the fact that female leadership productions are still a minority.

**Keywords:** Netflix; gender studies; director; screenwriter; executive producer.

## Agraïments

A la Doctora Sílvia Espinosa i Mirabet, tutora del treball de fi de grau, per la seva exigència, la constant ajuda tècnica, l'orientació, l'interès i la confiança d'acompanyar-me durant la trajectòria del projecte.

Com no, a la família: els meus pares Ventura i Neus amb el seu recolzament i estima inqüestionable; i a la meva parella, Bru, per la paciència que ha tingut durant tot aquest temps.

I per últim, a la Universitat de Girona com a institució i als professors, pels coneixements que he adquirit i la formació rebuda durant la meva trajectòria d'estudiant.

## Índex

|  |                           |
|--|---------------------------|
| <b>1. Introducció</b> .....  | <b>1</b>                  |
| <b>2. Objectius</b> .....  | <b>2</b>                  |
| <b>3. Marc teòric</b> .....  | <b>2</b>                  |
| 3.1. L'equip audiovisual.....  | 2                         |
| 3.2. Les plataformes OTT.....  | 4                         |
| 3.3. Dones guionistes, productores o directores dins la indústria audiovisual d'Europa .....               | 4                         |
| 3.4. Normatives i polítiques de gènere dins l'audiovisual europeu i les plataformes VOD.....               | 7                         |
| 3.5. Augment de les plataformes VOD: el cas de Netflix .....   | 8                         |
| <b>4. Metodologia</b> .....  | <b>10</b>                 |
| <b>5. Resultats: dones a càrrec de les produccions de Netflix</b> .....                                    | <b>12</b>                 |
| 5.1. Principals càrrecs femenins en l'audiovisual de Netflix per països europeus.....                      | 12                        |
| 5.2. Gèneres fílmics, nacionalitat i premis de les principals directives en l'audiovisual de Netflix ..... | 15                        |
| <b>6. Conclusions</b> .....  | <b>16</b>                 |
| <b>7. Bibliografia</b> .....   | <b>19</b>                 |
| <b>8. Annexos</b> .....  | <b>(veure document 2)</b> |

## 1. Introducció

Tradicionalment, el paper de la dona actriu ha tingut presència i protagonisme a l'univers audiovisual; el cinema i la televisió s'han omplert d'estrelles. Però més enllà de les actrius, el sector audiovisual com tracta el rol de la dona? Diversos estudis anuals, i fins i tot la premsa, continuen mostrant les dificultats que directives, productores i guionistes troben a l'hora de dirigir produccions i la falta d'equilibri en polítiques de gènere que les ajudi a accedir en alts càrrecs d'aquest sector.

Els mitjans de comunicació i les creacions audiovisuals, entre d'altres, tenen un paper fonamental en el procés de transmissió de valors i esquemes socials; ajuden a la creació i idealització d'estereotips i tendències. D'aquesta forma, "la imagen y su representación ha sido uno de los mecanismos culturales más poderosos y efectivos de control social sobre las mujeres, ya que las representaciones transmiten pautas de comportamiento y roles sociales que las mujeres interiorizan y asumen" (Castejón, 2004, citat per Castro, Díaz & Torres, 2021, p.165). És per aquest motiu que, a part de la imatge i la representació de la dona, la producció femenina també hauria de seguir les polítiques de gènere instaurades per assegurar major igualtat d'oportunitats.

En aquest entorn, és observable la gran consolidació que estan aconseguint les plataformes de *streaming* i de *video on demand* (VOD) entre la població actual. La impaciència dels consumidors per veure els seus programes com més aviat millor, l'alt nombre de televisors intel·ligents (*smart TV*) a les llars i la comoditat de veure'ls sense sortir de casa (López, 2018), han conduït al fet que actualment Netflix, la plataforma líder de mercat, compti amb 221,6 milions de subscriptors a tot el món (Reason Why, 2022).

Així doncs, s'ha trobat necessari dur a terme una recerca que observi la relació entre les produccions de Netflix i el pes que hi tenen les dones. Altrament dit, l'objectiu és analitzar l'evolució de la presència de les dones europees amb alts càrrecs directius i tècnics en sèries i pel·lícules, per així ajudar a visualitzar l'exposició que aconsegueixen aquestes en el món audiovisual dins la plataforma analitzada.

També remarcar que, Martín (2019), en el seu estudi *El papel de la mujer en las películas y series originales de Netflix en la Índia*, ha analitzat els rols de les dones i la importància que adquireixen. Però en el seu cas, se centra en rols que es troben davant la pantalla (actrius) i el seu camp d'estudi és l'Índia; mentre que aquest treball és emmarcat dins d'Europa i fixant-me en el paper de les dones darrere la pantalla. Per tant, amb el present estudi es vol anar més enllà.

Primer, es contextualitza al lector amb l'explicació dels càrrecs dins el *crew*, les característiques de les plataformes OTT, la situació actual de les dones dins el món audiovisual, les polítiques de gènere europees existents, i la consolidació de Netflix.

A la segona part del treball, que consisteix en la realització de la investigació pròpia, s'ha dissenyat una fitxa que recull dades com el nombre de dones presents a cada producció, el càrrec directiu que designen, la seva nacionalitat, l'edat, el gènere fílmic o el país de producció. I un cop analitzats els resultats obtinguts, s'ha pogut especificar el grau de representativitat de les dones europees en llocs estratègics i de lideratge dins la plataforma de *streaming* des del 2016 fins al 2021.

## 2. Objectius

Tenint en compte el context descrit a la introducció, s'ha volgut analitzar l'impacte de les plataformes VOD a la indústria audiovisual europea, per observar com es comporta la igualtat de gènere en aquest sector. Per això, l'**objectiu principal** d'aquest treball és observar l'evolució del nombre de dones directores, guionistes i productores executives europees a Netflix des de l'any 2016 fins a l'actualitat (2021). Tot i això, degut a la gran quantitat de produccions que la plataforma publica cada dia i el temps reduït que es té per dur a terme la recerca, és impracticable fer una observació detallada dels 6 anys. Per tant, s'optarà per analitzar el primer any (2016), el del mig (2018-2019) i l'actual (2021); és a dir, s'examinarà la tendència del sexenni a través de dos anys naturals i un any construït.

En definitiva, aquest estudi se centra en les produccions europees produïdes, dirigides o guionitzades per a dones per copsar la representativitat que aquestes aconseguixen en llocs de treball estratègics i de lideratge en el camp audiovisual, partint del cas de la plataforma internacional de Netflix.

Per a respondre amb més profunditat l'objectiu, s'han plantejat els següents **objectius secundaris**:

- OS1: identificar el nombre i les dades principals de les dones directores, guionistes i productores executives representades a la programació de cada any natural de Netflix. És a dir, la visibilització de les dones.
- OS2: comprovar si Netflix segueix una política d'igualtat de gènere, observant la seva normativa. És a dir, la normativa sobre gènere de la plataforma.
- OS3: relacionar els perfils femenins en gestió i producció de Netflix amb els gèneres més tractats, les nominacions o premis rebuts, i la seva nacionalitat. És a dir, la projecció social de la feina de lideratge femení.

## 3. Marc teòric

### 3.1. L'equip audiovisual

Per començar aquest apartat, s'ha trobat necessari definir les paraules clau que repetidament apareixeran i guiaran la investigació aquest treball.

Un film o producció cinematogràfica és un producte cultural fruit de diverses forces econòmiques, ja que són la seva condició mínima de possibilitat d'existència. Així doncs, quan es vol analitzar una pel·lícula és necessari parar atenció a les seves condicions de producció, distribució i exhibició. Així ho dicten González, F. J. i Marzal J. (2015)

No se puede ignorar que el desarrollo y la expansión del medio cinematográfico han sido posibles gracias a la creación de una industria a su alrededor. Frente a la concepción más extendida de que el cine es un arte, es necesario asumir que el film es, sobre todo, un producto industrial, resultado del trabajo de numerosos profesionales y, lo que es más relevante, solo posible gracias a la financiación de sus costes de producción y a una adecuada distribución y exhibición, lo que implica una correcta promoción del producto, que se conoce como *marketing* del cine, que convoca la actividad de otros muchos profesionales intermediarios. (p. 124)

Ja entrant en els rols que es troben dins l'equip audiovisual, es detallaran sobretot els càrrecs que es troben dins el **crew** de les produccions cinematogràfiques. Són el grup de tècnics i treballadors necessaris per a la realització d'un rodatge, en concret, són el personal que es troba darrere la pantalla. I tot i que molt sovint es confon amb el **cast**, són coses molt diferents, ja que el **cast** són els actors i les persones que participen davant la càmera (Ivette, 2020). Per tant, aquesta recerca es focalitzarà en els rols que es troben dins el **crew**.

El principal promotor del **crew** i de la creació del projecte és el **productor/a executiu/a**. És la persona amb major influència en les altres àrees de l'equip de producció (Morales, 2021), perquè suporta econòmicament la inversió del projecte. La seva funció és estar pendent de tot el que passa dins el rodatge des del mateix moment de la concepció del projecte: buscar finançament, seleccionar el personal que formarà part de l'equip de producció (director/a, script, guionista, tècnic de so, entre d'altres), decidir el pressupost màxim que es destinarà, prendre decisions finals... És a dir, és el responsable de la creació artística i de la part econòmica, ja que coneix i estudia tot el projecte en conjunt (Morales, 2021; Ivette, 2020; Ortega, 2016).

Penja de la figura del productor/a executiu/a, tot i que molt sovint treballen conjuntament després de ser escollit, el **director/a** de la producció. És el responsable de dirigir i coordinar la filmació: crea, supervisa, opina i aprova les diferents fases del projecte. I a vegades també contracta els espais, i elegeix els actors (o contracta l'empresa de càsting que ho farà) i moviments de càmera (Treintaycinco mm, 2020). Tal com ho exemplifica Manuel Gutiérrez Aragón (2016, citat per El Mundo, 2016), director, guionista i escriptor espanyol:

La profesión de director de cine consiste, entre otras cosas, en sobrevivir al caos. Las cosas no suceden según se prevé en el plan de trabajo, las escenas no resultan como se escriben en el guión... Y el equipo es muy numeroso y difícil de controlar (El Mundo, 2016).

Per tant, la diferència entre el productor/a executiu i el director/a, és que el primer és la figura econòmica màxima, mentre que el segon és el responsable de que tot vagi bé (Ivette, 2020).

Un altre rol de responsabilitat per tal que rutlli el projecte és el que pren l'**script**. Es fixa en la narrativa i la tècnica perquè no hi hagi errades de *raccord*; coneix a on es queda exactament cada personatge i element de l'escena per a poder continuar a partir d'allà en qualsevol altre moment (Productora Audiovisual, 2018; Ivette, 2020).

El concepte de **guionista**, segurament és el que més interioritzat es té i comporta menys dubtes. És la persona que elabora el guió d'una pel·lícula, d'un programa, d'un anunci publicitari o d'un videojoc. És a dir, és el que decideix com explicar una història i qui crea els diàlegs per a cadascun dels personatges (Ivette, 2020). I el **director/a de fotografia** és l'encarregat de traduir el guió a imatges, definint on es situarà cada càmera i dissenyant el seu enquadrament (CICE, 2021). Decideix sobre la textura, la qualitat, la il·luminació, el color, etc. (Marun, s.d.; Ivette, 2020).

Per tant, molt lligat al departament de fotografia, es troben els **tècnics de so**. Ajusten el volum de la gravació (tant dels diàlegs com de la música i els efectes sonors) i posen els micròfons als actors, fent que aquests no es trobin a un lloc visible per a la càmera (Ivette, 2020; CICE, 2021).

La **direcció artística** és la responsable de l'ambientació i l'estètica de la producció audiovisual. Són els que creen l'escenografia i el decorat (*atrezzo*) de cada escena adequant-la a l'any que representa la pel·lícula i a l'edat dels personatges (Ivette, 2020; CICE, 2021). Així doncs, mentre el director artístic decideix i caracteritza els efectes especials, el **departament de maquillatge i**

**vestuari** s'encarrega d'ambientar als personatges (Productora Audiovisual, 2018). Aquesta àrea juntament amb la de script, tal com esmenten Izquierdo & Latorre (2021), són les més feminitzades i on es troba més presència de dones en alts càrrecs.

No obstant això, després de definir els principals rols dins d'un equip de producció audiovisual, s'ha decidit que només s'analitzaran els 3 perfils de més autoritat (productora executiva, directora i guionista), ja que són els rols que: aporten el capital necessari i, en definitiva, decideixen si es fa; dirigeixen; i s'inventen les històries, és a dir, el què s'explica. Per tant, són els oficis més influents en la creació dels diferents imaginaris col·lectius.

Per altra banda, pel fet que l'objecte de la investigació també és la plataforma digital Netflix, s'ha trobat necessari contextualitzar la seva funció per a no caure en errades conceptuals.

### 3.2. Les plataformes OTT

Les plataformes **Over The Top (OTT)** de vídeo en **streaming**, són aquelles que distribueixen el seu contingut als espectadors a través de la connexió a Internet; per tant, sense utilitzar cable o satèl·lit (Amazon, 2022), ja que no segueixen els mètodes tradicionals de distribució de les televisions (Sawakinome, s.d.). I l'audiència pot accedir als continguts des de qualsevol localització i dispositiu (SmartTV, *Smartphone*, *Tablet*, navegador, etc.), sempre que es tingui connexió a una xarxa (Beltrán & Fernández, 2017).

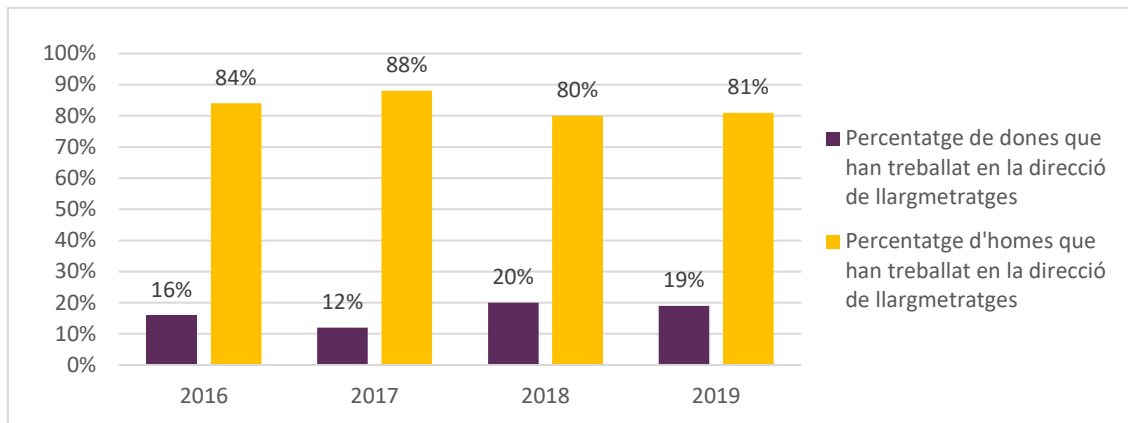
I és dins les plataformes OTT que es troba l'opció de **Video On Demand (VOD)**, l'aplicació relacionada només amb vídeos i produccions audiovisuals (Sawakinome, s.d.). És a dir, les plataformes OTT tenen a veure amb la manera com es transmet el contingut (a través d'Internet); mentre que els serveis VOD tenen a veure amb la forma com es veuen i es reproduïxen els continguts audiovisuals en concret per part dels usuaris (Amazon, 2022).

Així doncs, les plataformes VOD permeten a l'usuari veure el contingut de vídeo a la carta en el moment que vulgui, de manera il·limitada i podent posar en pausa, retrocedir o avançar els vídeos al seu gust (Gómez, 2018). Per tant, Netflix és una plataforma amb servei de VOD.

### 3.3. Dones guionistes, productores o directores dins la indústria audiovisual d'Europa

La incorporació de les dones a l'àmbit directiu i tècnic dins del sector audiovisual ha augmentat gradualment en les últimes dècades. Tot i això, es troben amb la dificultat d'accedir als alts càrrecs, ja que aquí també han de superar el conegut "sostre de vidre"; una al·lusió metafòrica de les barreres transparents que impedeixen que dones amb altes capacitats personals i professionals puguin arribar a entorns directius (Sarrió, Barberá, Ramos & Candela, 2002). En el cas de l'audiovisual, a més de partir d'idees preconcebudes com la falta de preparació o d'idoneïtat per escriure guions o propostes audiovisuals en determinats gèneres i formats, s'hi sumen atributs de la feminitat com la maternitat i la conciliació; aspectes que suposen un gran obstacle per a les dones a l'hora de trobar estabilitat o ascendir laboralment (Castro, Díaz & Torres, 2021). Per tant, les dones continuen essent minoria en la ideació, creació d'audiovisual i direcció.

Així es troba reflectit a l'informe anual de l'Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA)<sup>1</sup>, que des del 2015 es dedica a mesurar i comparar la representativitat de les dones en el sector cinematogràfic/audiovisual espanyol. Observant el seu últim estudi (Cuenca, 2020), s'exposa la corba desigual ascendent de percentatges de dones que han treballat en la direcció de llargmetratges:



**Taula 1: Comparació entre les dones i homes que han treballat en la direcció de llargmetratges entre els anys 2016 -2019**

Font: elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Cuenca (2020).

Tal com mostra la Taula 1, a Espanya hi ha una minoria de dones en direcció cinematogràfica en comparació als percentatges d'homes directius.

Per posar exemples de diferents països i organitzacions, s'ha de fer esment a les dues velocitats que hi ha a Europa en el camp laboral (Izquierdo i Latorre, 2021). Als països més desenvolupats com és el cas de França, Alemanya o Regne Unit, les dones es troben amb més igualtat de condicions laborals en comparació amb els països d'evolució sociopolítica més lenta, com és el cas de Romania, Hongria o Rússia.

Mentre, als països on la política i la cultura ha estat postergada durant anys, es troben pautes com la que indica l'AVMU<sup>2</sup> (Agency for Audio and Audiovisual Media Services, 2017), que exposa que a Macedònia hi ha cinc vegades més homes que dones en càrrecs de gestió dins entitats mediàtiques; o que a Bòsnia i Hercegovina, hi ha una baixa proporció de dones en la direcció audiovisual. Només són presents en 1 de cada 10 mitjans de comunicació (Jones, 2018). Contràriament a països com el Regne Unit, les dones ocupen un 41% dels llocs de gestió i direcció dins les entitats cinematogràfiques (The Office of Communication [OFCOM]<sup>3</sup>, 2020, citat per

<sup>1</sup> La CIMA és una associació professional creada l'any 2006 amb l'objectiu de fomentar la presència igualitària de les cineastes i professionals del sector audiovisual (CIMA, s. d.).

<sup>2</sup> AVMU és un organisme regulador independent sense ànim de lucre, que les seves competències són la gestió del compliment dels drets i lleis dins l'àmbit audiovisual, i la realització d'investigacions sobre qüestions específiques del sector (AVMU, 2022).

<sup>3</sup> Office of Communication és l'ens regulador de la comunicació al Regne Unit. Supervisen tant la televisió, la ràdio, els serveis de VOD, els continguts del telèfon mòbil... (OFCOM, 2022).



Izquierdo i & Latorre, 2021), als Països Baixos el percentatge de produccions liderades per dones és del 33%, i Suècia, del 31% (Observatoire Européen de l'Audiovisuel, [OEA]<sup>4</sup>, 2020).

Així doncs, si ens centrem en l'àmbit de la producció cinematogràfica europea en general, el 80% dels llargmetratges del 2019 van ser dirigits per homes; és a dir, que tan sols el 17% van ser liderats per una o varies dones (Observatoire Européen de l'Audiovisuel, [OEA], 2020). Per tant, dins els 28 països de la Unió Europea, de mitjana, els homes tenen el doble de probabilitats d'assumir un càrrec directiu en el camp audiovisual que les dones (Teeper, 2020).

A més, en el conjunt de l'audiovisual, existeix una clara polarització entre àrees tradicionalment d'especialització feminitzades i d'altres molt masculinitzades. Tal com remarca Cuenca (2019, citat per Izquierdo & Latorre, 2021), els departaments de maquillatge i perruqueria són ocupats en un 75% per dones, mentre que a vestuari, la seva presència ascendeix a un 83%. Per contra, les seccions més masculinitzades són so, amb un 86% d'homes; fotografia, amb un 90%; o efectes especials, amb el 84%.

Per altra banda, també es troben desigualtats en el tractament dels gèneres, ja que els tòpics o temes que sovint han estat delegats a directors masculins, són difícils de traspasar i deixar enfocar a les dones. Així ho exemplifica Carmen Pombero, directora, escriptora i guionista, en una entrevista duta a terme per Castro, Díaz & Torres (2021):

Es difícil acceder a los puestos de poder. A una mujer no la van a dejar coordinar un thriller si no ha tenido la idea original. Sigue habiendo muchas ideas preconcebidas sobre si es capaz de dirigir un thriller, terror o ciencia-ficción, géneros que siempre han sido coordinados o creados por hombres. Si es una serie protagonizada por mujeres, sí va a dar igual que coordine o dirija un hombre, curiosamente. (p. 174)

Tanmateix, l'European Audiovisual Observatory (2020) afegeix que, a més, les dones tenen menys probabilitats de ser les úniques directores o guionistes. De tots els productes audiovisuals europeus on apareix escrit el nom d'una directora, el 87% també van acompanyats d'altres noms masculins. I, dels equips formats per a dirigir llargmetratges, només el 18% tenen una majoria femenina.

I consegüentment, com assenyalen Martínez-Collado i Navarrete (2011, p.11) si les dones no estan presents ni com a productores o realitzadores, ni com a executives de la indústria audiovisual "se produce un efecto inmediato en el tratamiento (o ausencia) de temas y enfoques de la mujer y se reconstruyen y refuerzan los estereotipos de género". Així també ho dictà Sergi Sarria, guionista espanyol en una entrevista en profunditat:

Desde que hay más mujeres en los guiones las tramas son más verosímiles y menos estereotipadas. Por no hablar de roles. Gracias a la incorporación del talento femenino hay menos protagonistas amargadas o bordes. Las mujeres castradoras están desapareciendo de la ficción y en su lugar aparecen personajes femeninos inteligentes, divertidos, ingeniosos o con capacidad de liderazgo (Castro, Díaz & Torres, 2021, p.177).

Així doncs, molts autors afirmen que les dones no tenen responsabilitats equiparables i s'enfronten a barreres culturals, econòmiques i socials que les obliguen a quedar-se en un segon

---

<sup>4</sup> L'Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA) és l'organització formada per tots els estats membres de la Unió Europea, i la seva funció és la creació i el subministrament d'informació útil sobre el mercat i la legislació del sector audiovisual (European Audiovisual Observatory, s. d.).

terme, ja que els rols principals són confiats a les persones que porten més anys a les indústries, com és el cas dels homes. Per això, i a partir d'aquest context, el present treball observarà si a Netflix la situació és diferent.

### 3.4. Normatives i polítiques de gènere dins l'audiovisual europeu i les plataformes VOD

Per llei, és necessari que els diferents estats de la Unió Europea estableixin mesures per al foment i promoció de les produccions audiovisuals, ja que aquestes serveixen per a revisar l'avenç tecnològic, el desenvolupament econòmic, la creació de llocs de treball i l'aportació de la diversitat cultural al món (BOE, 2007). I a més, que aquestes mesures contemplin i fomentin la igualtat de gènere, puix que és un dret que es troba recollit en els articles 2 i 3 (3) del Tractat de la Unió Europea (TUE) i a l'article 21 de la Carta dels Drets Fonamentals de la Unió Europea (Teeper, 2020).

Així doncs, "les organitzacions de la indústria audiovisual estan subjectes a diferents obligacions jurídiques relatives a la igualtat de gènere i la diversitat, en funció del seu estatut (entitat pública o privada, interlocutor social, etc.), la seva dimensió i el país de funcionament" (Teeper, 2020, p.22); però no es troben normatives o polítiques de promoció i regulació de la igualtat de gènere específiques dins el món audiovisual ni a nivell europeu ni nacional, sinó que s'extrapolen les normatives establertes a la indústria del cinema, com el cas del Conveni sobre la Violència i l'Assetjament, aprovat per l'Organització Internacional del Treball (ILO) (2019).

No obstant això, molts organismes del sector del cinema (EPRA<sup>5</sup>, EFAD<sup>6</sup>, Eurimages<sup>7</sup>, FFA<sup>8</sup>, EWA<sup>9</sup>, Lab Femmes de Cinéma<sup>10</sup>, CAC<sup>11</sup>...), posen en marxa estratègies i polítiques de regulació per a corregir els desequilibris de gènere; i varies companyies comuniquen informació sobre la distribució en funció del gènere. N'és un exemple EPRA que l'any 2018 va publicar un informe, on per primer cop es reconeixia i presentava el panorama general de la reglamentació

---

<sup>5</sup> EPRA són les sigles de European Platform of Regulatory Authorities, una plataforma internacional independent formada per autoritats reguladores dins el món cinematogràfic. L'integren països de dins i de fora de la Unió Europea, i essent un mur de discussió i intercanvi d'informació, pretén ser un referent a l'hora de solucionar problemes sobre la interpretació de les normes del sector audiovisual (EPRA, 2011).

<sup>6</sup> La European Film Agency Directors Association és la veu de les agències cinematogràfiques europees. Així doncs, assessoren i regulen els organismes públics governamentals encarregats del finançament nacional del sector audiovisual (EFAD, 2022).

<sup>7</sup> Eurimages és un fons de Consell d'Europa per a la coproducció, distribució, exhibició i digitalització de pel·lícules i llargmetratges europees (Council of Europe, 2022).

<sup>8</sup> FFA és la German Federal Film Board, la institució nacional de finançament cinematogràfic d'Alemanya (Filmförderungsanstalt, s. d.).

<sup>9</sup> EWA és l'acrònim de European Women's Audiovisual Network, una iniciativa que recolza a les dones professionals del sector audiovisual organitzant activitats per impulsar les seves carreres i que les posen en el punt de mira de la indústria (EWA, 2017).

<sup>10</sup> El Lab Femmes de Cinéma és una extensió de l'organització sense ànim de lucre "Révélations culturelles". La seva missió és ajudar a visibilitzar la posició que ocupen les dones en el cinema europeu i dur a terme accions per aconseguir una millora (Le Lab Femmes de Cinéma, s. d.).

<sup>11</sup> El Consell de l'Audiovisual a Catalunya és l'organisme regulador de la comunicació audiovisual a Catalunya (Generalitat de Catalunya, s. d.).

audiovisual europea per a promoure l'equilibri en la representació de gènere tant a la pantalla com, i especialment, fora d'ella (Jones, 2018).

Un altre representant que vetlla perquè el sector audiovisual europeu elabori pràctiques amb una perspectiva de gènere és el Comité de Diálogo Social Europeo del Sector Audiovisual, un organisme format per empreses comercials i públiques, productores, personal d'equips de rodatge, sindicats que representen periodistes, etc. Aquest conglomerat d'entitats va elaborar, l'any 2010, el Marco General de Acciones sobre la Igualdad de Género amb l'objectiu de recolzar i promoure la igualtat de gènere en el cinema, la ràdio i la televisió (Teeper, 2020).

També hi ha el programa Eurimages, un fons del Consell d'Europa per a les indústries culturals. Un dels seus propòsits també és la distribució equitativa del finançament de les coproduccions entre homes i dones. Així doncs, compta amb un banc de dades i cada any reuneix i publica informació sobre el gènere de les persones que sol·liciten el suport i instrumenta accions de sensibilització en matèria d'igualtat de gènere (Teeper, 2020).

Si es centra la mirada en l'àmbit espanyol, el principal instrument que té l'Estat per al recolzament de les produccions audiovisuals és mitjançant subvencions, ja siguin destinades a la producció, la distribució o la projecció en festivals internacionals (Barceló & Fuentes, 2020). I és on es troba la seva normativa amb perspectiva de gènere, ja que en els requisits per aconseguir una subvenció pública es puntuen criteris com el valor artístic del projecte, el pla financer o el grau de participació femenina (sobretot si es troben en activitats artístiques com direcció o guió) (BOE, 2009). D'aquesta manera volen incitar a les productores a apostar per les dones i, sobretot, ajudar-les a accedir a alts càrrecs. I, dins el territori català es distingeix el Consell de l'Audiovisual a Catalunya (CAC), que "treballa activament amb l'Institut Català de la Dona (ICD) i el Col·legi de Periodistes de Catalunya per elaborar conjuntament recomanacions i manuals dirigits als mitjans per lluitar contra els estereotips de gènere i impulsar la igualtat" (Generalitat de Catalunya, s. d.).

Però, tot i això, les plataformes VOD i de *streaming* estan exemptes de dur a terme inversions o seguir normatives i polítiques de gènere al moure's dins un marc global, transfronterer i poc delimitat; només es troben accions d'autoregulació (Izquierdo & Latorre, 2021).

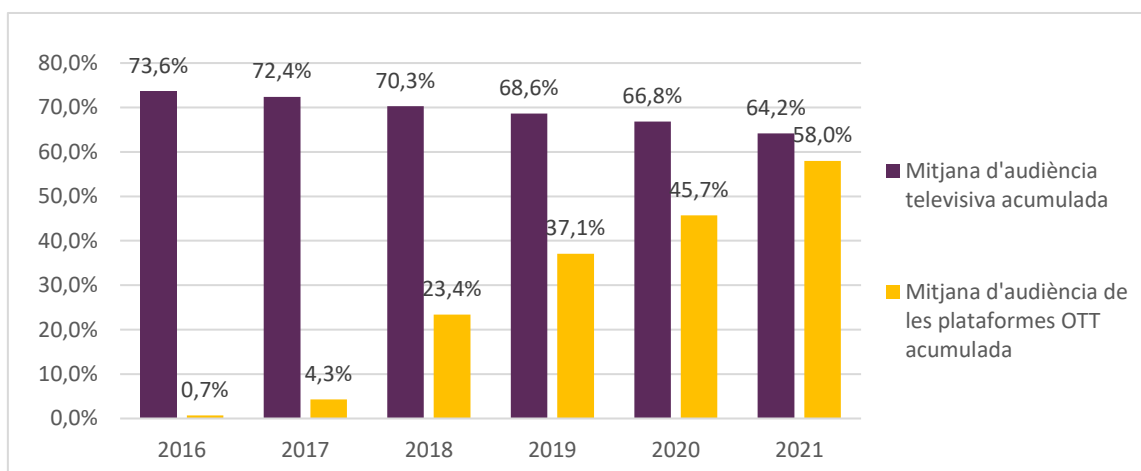
### **3.5. Augment de les plataformes VOD: el cas de Netflix**

Avui en dia, no és descabellat afirmar que Netflix és la major productora de cinema i televisió del planeta. A principis de 2022, compta amb una base de 221,6 milions de subscriptors al món, on 66,89 milions són del continent europeu (Abbatecianni, 2021); i un catàleg amb un total de 5.491 títols incloent pel·lícules, sèries i documentals (Buchi, 2021). Així doncs, el seu rol ha deixat de ser purament de distribuïdora i productora de continguts audiovisuals, sinó que també ha adquirit rellevància com a agent social (Martín, 2019), ja que ajuda a l'exportació d'identitats nacionals, cultures, costums i història.

Va ser l'any 1997, quan Netflix va començar amb la seva activitat comercial, restringida només als habitants dels Estats Units, ja que es tractava d'una empresa de lloguer de pel·lícules i sèries en format DVD (Martín, 2019). Els usuaris demanaven per la seva pàgina web o per telèfon el que desitjaven del catàleg, i el dia següent, els arribava a casa. I no és fins al 2007, que Netflix, revolucionàriament, presenta el seu servei de *streaming*, que permet a tots els subscriptors veure pel·lícules i sèries a l'instant (Netflix, 2022), és a dir, la plataforma que coneixem avui en

dia. I al 2012, és quan finalment, té prou creixement i potència per a llançar-se al mercat internacional, arribant a Europa (Netflix, 2022).

Per altra banda, la demanda dels consumidors per veure continguts digitals en qualsevol moment i des de qualsevol dispositiu, ha fet que la televisió a Espanya (com a qualsevol país europeu) perdés el seu lideratge en audiència. S'observa com, any rere any, el consum mitjà i el temps d'ús diari es redueix (Megamedia, 2022). La mitjana d'audiència televisiva acumulada ha passat del 72,4% (2017), a un 70,3% (2018). El 2019 es va registrar una mitjana 68,6%, el 2020 va ser del 66,8%. La decreixent audiència de televisió es nota en els índex de 2021 que va descendir fins al 64,2% (Barlovento Comunicació, 2019, citat per Barceló & Fuentes, 2020; Barlovento Comunicació, 2021). Paradoxalment, a Espanya, durant aquest mateix any van augmentar els individus que consumeixen continguts de les plataformes OTT a un 58% (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación [AIMC], 2022)



**Taula 2: Comparació entre la mitjana d'audiència acumulada en televisió i les plataformes OTT entre els anys 2016 – 2021 a Espanya.**

Font: elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Barlovento Comunicació (2021) i AIMC (2022).

Així doncs, a més de la seva importància com a distribuïdora, gràcies a la gran base de subscriptors, Netflix, com ja s'ha esmentat anteriorment, l'any 2012 va decidir canviar el seu model de negoci i, des d'aquell moment, l'empresa va deixar de limitar-se a distribuir contingut i va començar a produir-ne (Martín, 2019). Acció que, sumada al fet que no segueix el model tradicional de producció i distribució, ha provocat que la companyia faci créixer la indústria apostant per realitzadors independents de diferents països i, consegüentment, hagi pogut donar accés a un major nombre de dones (Martín, 2019).

I malgrat així ho declara Netflix (2020), que presumeix de tenir una estructura laboral equitativa formada en un 47% per dones que també arriben als càrrecs directius (ocupats un 48% per dones), i als càrrecs creatius, amb la presència majoritària d'un 55% (Izquierdo & Latorre, 2021); s'ha volgut dur a terme la recerca per a poder avaluar i afirmar o desmentir la informació que l'empresa publica sobre ella mateixa.

Per tant, després de la revisió de la literatura pertinent, s'observa com diversos autors afirmen que les plataformes de VOD tenen un paper fonamental per a impulsar el progrés de les dones dins la indústria audiovisual, que no només s'ha de veure plasmat amb una igualtat de gènere dins la composició de les plantilles laborals, sinó també procurant brindar oportunitats per tal que les dones puguin liderar projectes amb distribució més massiva (Izquierdo & Latorre, 2021;

Teeper, 2020; Martínez-Collado & Navarrete, 2011; Castro, Díaz & Torres, 2021). Aparèixer com a directora, guionista o productora d'una producció exitosa de Netflix pot proporcionar a les dones implicades un accés més fàcil al sector audiovisual i llibertat a l'hora de realitzar qualsevol gènere; l'arribada a un públic més ampli i universal; i, sobretot, renom per a poder continuar creixent dins el món cinematogràfic.

#### 4. Metodologia

Aquesta és una recerca quantitativa que busca poder comptabilitzar el pes de les dones en les decisions de les produccions audiovisuals a Netflix. Per tant, es volia analitzar un univers format per unes 5.147 pel·lícules i sèries emeses per Netflix entre el 2016 i el 2021, cosa que hauria de permetre assolir l'objectiu de la investigació: observar l'evolució del nombre de dones en càrrecs de directores, guionistes i productores executives a pel·lícules i sèries europees que es troben allotjades dins la plataforma de Netflix des de l'any 2016 fins a l'actualitat (2021).

La base de dades a través de la qual es va poder extreure el llistat de les produccions audiovisuals que cada dia Netflix ha pujat a la plataforma, és el buscador Flixable (2022). I, degut al fet que aquest web va començar a recopilar dades a partir de mitjans febrer del 2015, i el treball buscava anys naturals sencers, es va haver d'escollir el 2016 com a data d'inici i el 2021 com a data final.

A l'haver-hi un total de 6 anys entre el 2016 i el 2021 i que no es disposava de recursos ni temps per analitzar-los tots, ja que caldria haver visionat més de 5.147 pel·lícules i sèries, es va optar per examinar 3 anys; aquests coincidint amb l'inici de la plataforma Flixable (2016), la consolidació de Netflix, i l'últim any natural possible.

Per comptar amb un any que realment reflectís la consolidació de la plataforma, es va considerar la necessitat d'aplicar la tècnica de la setmana construïda, i es va elaborar la construcció un any. Per tant, es van agafar els 6 primers mesos del 2018 (de gener a juny), i els últims 6 mesos del 2019 (de juliol a desembre), fet que va permetre disposar d'una mostra àmplia (Krippendorff, 1990, citat per Caro, García, & Bezunartea, 2014).

Així doncs, es va analitzar un total de 3 anys: 2016, 2018-2019 i 2021; obtenint una mostra representativa de 3.142 pel·lícules i sèries.

Com a unitats d'anàlisi es van definir totes les produccions audiovisuals europees allotjades a Netflix, separant-les en sèries i pel·lícules exhibides en el 2016, 2018-2019 i el 2021, i com a requisit, que aquestes comptessin amb la presència d'una dona directora, guionista o productora executiva. Així doncs, es van excloure totes aquelles produccions que no complien amb aquests criteris i el filtratge va quedar amb un total de 612 (467 pel·lícules i 145 sèries).

|   | 2016 | 2018-2019 | 2021  | Total anys |
|---|------|-----------|-------|------------|
| <b>Total</b>  | 133  | 601       | 2.408 | 3.142      |
| <b>Europees</b>   | 14   | 130       | 1.207 | 1.381      |
| <b>Europees amb presència femenina en càrrecs de direcció, producció executiva o guió</b> | 12   | 88        | 512   | 612        |

**Taula 3: Comparativa entre el total de pel·lícules i sèries allotjades a Netflix, el total d'europees i el total d'europees amb presència femenina en alts càrrecs, dels anys 2016, 2018-2019 i 2021.**

Font: elaboració pròpia a partir de la informació extreta de Flixable (2022).

Cada film susceptible de ser analitzat, a més, es va desglossar en una taula de contingut com la que es mostra a continuació.

**Fitxa 1:**

**Nom sèrie/pel·lícula:**

**Any:**

**País:**

| ROLS DONES           | Nº individus | Edat | Nacionalitat | Gènere fílmic | Nº episodis (només sèries) | Nominacions o premis rebuts | Llengües traduïdes |
|----------------------|--------------|------|--------------|---------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| Directora            |              |      |              |               |                            |                             |                    |
| Productora executiva |              |      |              |               |                            |                             |                    |
| Guionista            |              |      |              |               |                            |                             |                    |

**Taula 4: Taula d'anàlisi de contingut utilitzada per a la recopilació d'informació de les pel·lícules i sèries europees allotjades a Netflix durant els anys 2016, 2018-2019 i 2021.**

Font: elaboració pròpia (2022).

Així es té constància del càrrec de la dona dins la pel·lícula/sèrie, juntament amb altra informació de valor com el gènere fílmic tractat, les nominacions i les llengües a les que s'ha traduït la pel·lícula. D'aquesta manera, l'anàlisi de les dades, permetria donar resposta a tots els objectius plantejats.

I després de classificar totes les produccions audiovisuals en fitxes, es va procedir a fer una **anàlisi de contingut quantitativa**. Una tècnica d'investigació que serveix per a extreure resultats mitjançant la identificació sistemàtica de la freqüència d'aparicions de característiques específiques predefinides dins del contingut que s'analitza, sigui un discurs, un article de premsa o una pel·lícula (Guix, 2008; Caro, García, & Bezunartea, 2014). En altres paraules, com explica Jaime Andréu (2002):

El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida. [...] No obstante, lo característico del análisis de contenido y que le distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos. (p. 2)

Així doncs, tenint en compte aquestes característiques, es va considerar que aquesta seria la tècnica que millor podria respondre les inquietuds de la recerca. I tanmateix es va poder analitzar la informació a tres nivells (Caro, García, & Bezunartea, 2014):

1. Anàlisi de cada cas/fitxa de forma individual.
2. Replicació lateral: comparació dels resultats dins de cada any, buscant similituds i diferències.

3. Replicació teòrica: comparació dels resultats entre els diferents anys, buscant similituds i diferències, ja sigui entre pel·lícules, entre sèries i entre ambdós dos formats.

## 5. Resultats: dones a càrrec de les produccions de Netflix

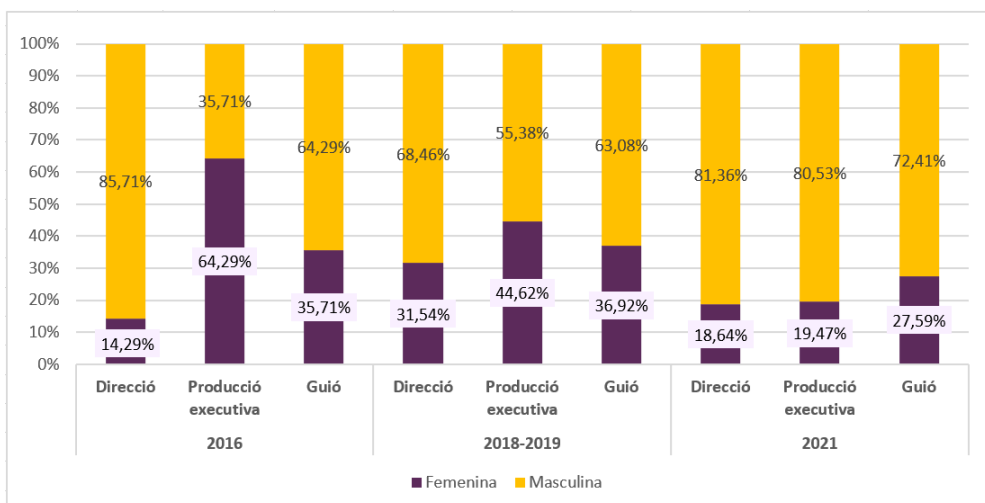
A continuació, s'exposaran els resultats ordenats de forma que responguin a cada objectiu secundari. Així doncs, es tracta la presència femenina en els alts càrrecs de direcció, guió i producció executiva dins la programació de Netflix; i els gèneres fílmics, la nacionalitat i els premis de les principals directives en l'audiovisual de la plataforma.

### 5.1. Principals càrrecs femenins en l'audiovisual de Netflix per països europeus

En els 3 anys, Netflix ha emès un total de 612 pel·lícules/sèries amb una presència femenina de 1.425 dones en alts càrrecs, cosa que representa casi un 20% de totes les produccions audiovisuals que la plataforma ha emès entre 2016, el 2018-2019 i el 2021. Són 268 produccions dirigides per 337 dones, 386 pel·lícules/sèries guionitzades per 638 dones, i ha tingut 302 films suportats per 450 productores executives.

Així doncs, entre totes les pel·lícules europees analitzades, un 45,30% compten amb una dona directiva. Tot i això, quan apareixen noms femenins van seguits de masculins; és a dir, es parla de codirecció. Alguns exemples serien el cas de *Trump: An American Dream* (2017), *Derren Brown: Miracle* (2016) o *Un cuento de gigantes suecos* (2018).

Inicialment, s'ha volgut comparar el total de pel·lícules i sèries europees amb alguna dona en càrrecs directius. Així doncs, a la taula 5 s'observa l'evolució que ha obtingut al llarg dels anys la presència femenina en funcions de lideratge.



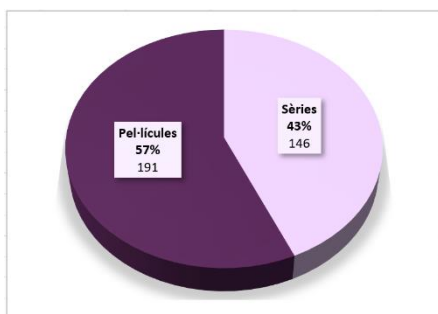
**Taula 5: Comparativa de la presència europea femenina i masculina en càrrecs de direcció, producció executiva i guió a Netflix (2016 – 2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).

Es pot veure reflectit que hi ha una davallada pel que fa als càrrecs femenins en producció executiva, perdent un 44,82% de presència; en canvi, l'ofici de direcció ha oscil·lat lleugerament al llarg dels anys. És a dir, a partir de les dades es pot copsar com dirigir pel·lícules és un camí ple d'alts i baixos, i, per tant, la seva evolució és més lenta.

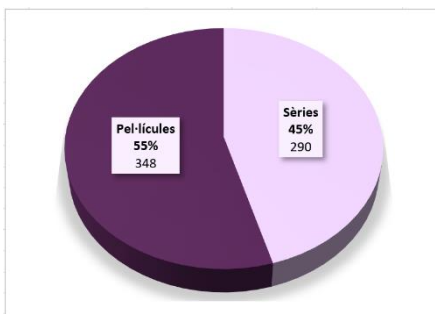
Pel que fa a la creació de guions, també s'observa una petita disminució, que podria ser deguda al fet que, a l'haver-hi més pel·lícules i sèries allotjades a la plataforma de Netflix en els darrers anys (133 al 2016, en contraposició a les 2.408 de l'any 2021), es necessita la participació de més dones per aconseguir un percentatge més elevat.

Tanmateix, també s'ha analitzat per separat la presència de dones directores, productores executives i guionistes segons la tipologia de la producció, és a dir, en pel·lícules i sèries.



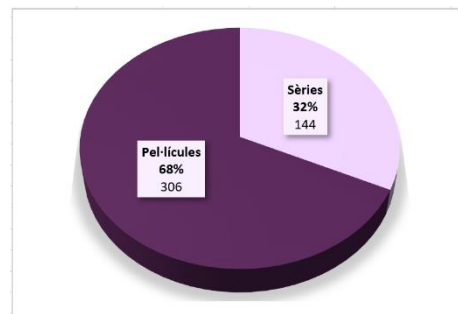
**Taula 6: Presència de dones directores en pel·lícules i sèries (2016-2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).



**Taula 7: Presència de dones guionistes en pel·lícules i sèries (2016-2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).

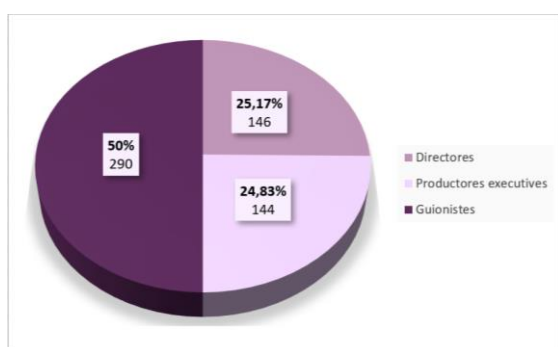


**Taula 8: Presència de dones productores executives en pel·lícules i sèries (2016-2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).

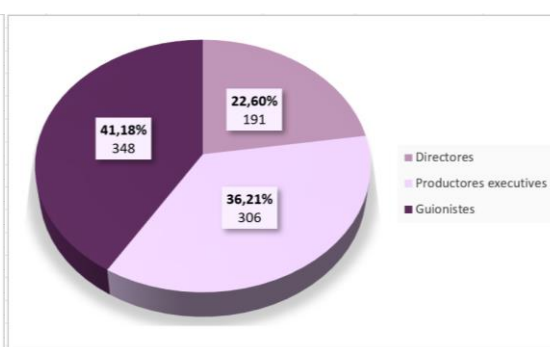
Amb un total de 1.425 dones que postulen càrrecs directius en les produccions audiovisuals de Netflix, el 44,77% són guionistes, el 31,58% són productores executives, i el 23,65% són directores.

S'observa com hi ha una predominança de les dones en les pel·lícules, sobretot en producció executiva (68%); i el rol en el qual es pot contemplar una major participació és la creació de guions. Segurament pel fet que en el cas de les sèries, com ja s'ha anat expressant en els últims anys, apareix el patró repetitiu de que cada episodi pot ser guionitzat per una dona diferent; com és el cas de la sèrie *Una familia unida (The Bonus Family)* (2017 - 2021).



**Taula 9: Presència dels càrrecs directius femenins en sèries (2016-2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).



**Taula 10: Presència dels càrrecs directius femenins en pel·lícules (2016-2021).**

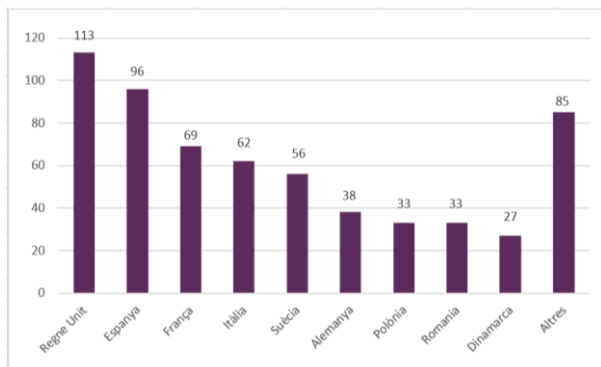
Font: elaboració pròpia (2022).

A la taula 9 es corroboraria la idea de que en les sèries es pot optar per diferents guionistes i, per tant, les dones tenen més oportunitats d'aconseguir encàrrecs. A la taula 10, es contempla que moltes productores executives aposten més per les pel·lícules, augmentant així un 11,38%



la seva funció respecte a les sèries. I, com s'ha esmentat anteriorment, les dades mostren que el càrrec de direcció és on les dones compten amb menys presència.

Respecte als estats europeus, només disposen amb representació femenina 26 països dels 50 que formen Europa (52%). Destaquen el Regne Unit, Espanya i França.



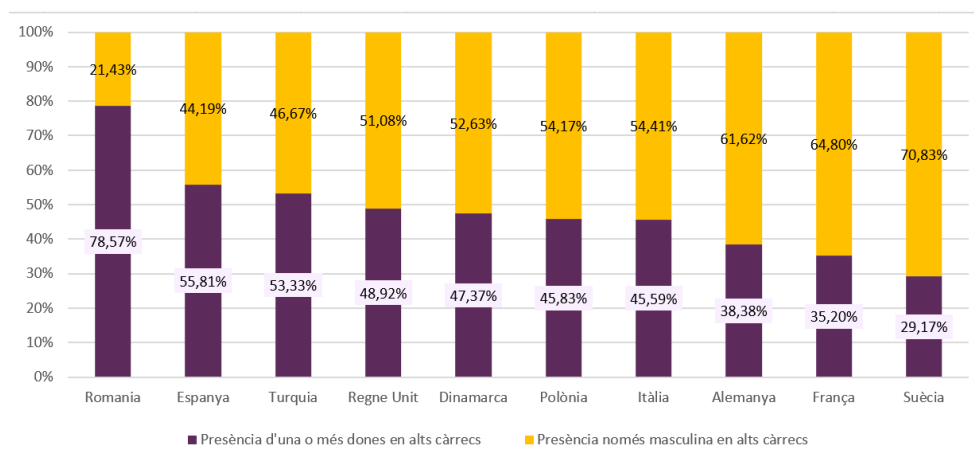
**Taula 11: Països amb més pel·lícules i sèries amb presència femenina en alts càrrecs (2016-2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).

Com a principal potència trobem el Regne Unit amb 113 de produccions formades amb un *crew* liderat per dones, que això equival a un 8,36% del total de pel·lícules europees. No és sorprenent, ja que és en aquest país on es troben algunes de les productores mundials més importants com Syncopy Films, Marv Films o Heyday Films.

Seguidament, l'acompanyen Espanya, amb un 7,10% de films amb presència femenina en alts càrrecs directius, i França, amb un 5,11%. No és forassenyat, ja que ambdós estats formen part dels països europeus de la primera velocitat productiva.

Tot i això, la gràfica no mostra la representació comparativa per països entre ambdós gèneres. Per això s'ha vist necessari la confecció d'una taula comparativa per nacions europees de totes les produccions allotjades a Netflix.



**Taula 12: Comparativa per països de la presència femenina i masculina en alts càrrecs (2016-2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).

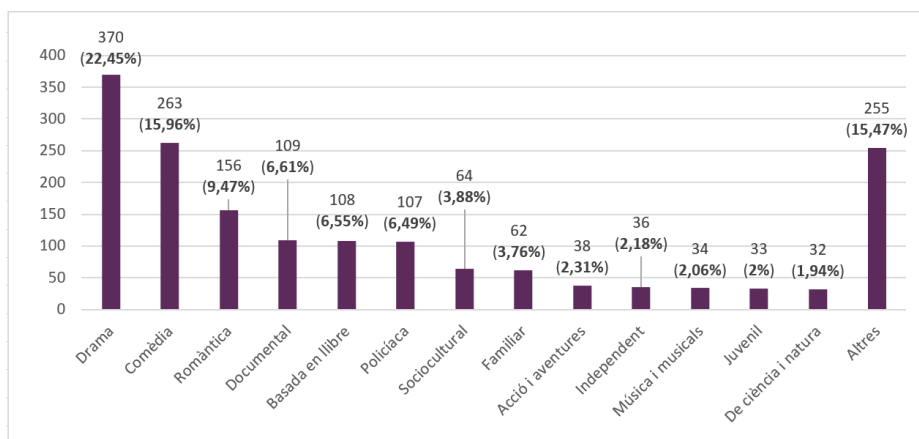
Per una banda, s'observa com Regne Unit, Suècia i França han descendit posicions respecte a la taula 11. Podria ser causat pel fet que la plataforma de Netflix ha escollit tornar a posar a l'abast dels usuaris moltes pel·lícules clàssiques i tradicionals del segle XX; i en aquestes èpoques, el paper de la dona en el món audiovisual *out of screen* era nul. Això no obstant, les dades extretes concorden amb les proporcionades per l'OFCOM (2020) i l'OEA (2020) on remarquen que els llocs de direcció dins les entitats cinematogràfiques britàniques són ocupades per un 41% de dones, i que el 31% de produccions sueques compten amb lideratge femení.

Per altra banda, també es manifesta una alta presència femenina en els països europeus menys competitius, com és el cas de Romania, Turquia i Polònia. Aquesta assistència femenina es veu accentuada sobretot durant l'últim any (2021), moment on el cinema, sobretot turc, aposta per la producció de pel·lícules aptes a tots els públics, on apareixen personatges corrents amb històries d'amors romàntics i desamors (Audiovisual, 2021) a les grans pantalles i són aclamades pel públic. En són l'exemple *Among Family* (2021) i *Deliha* (2021).

## 5.2. Gèneres fílmics, nacionalitat i premis de les principals directives en l'audiovisual de Netflix

Després d'una primera observació de les dades principals, com són el país i el càrrec de les dones dins les produccions europees, el treball se centra en l'anàlisi del gènere fílmic, la mitjana d'edat de les professionals, els premis i nominacions rebuts, i la nacionalitat.

Per a l'anàlisi dels gèneres cinematogràfics, s'ha tingut en compte que una mateixa pel·lícula pot abastar diversos gèneres a la vegada. Com assenyala la taula 13, els més comuns amb alts càrrecs femenins són el Drama, la Comèdia i el cinema Romàntic.



Taula 13: Gèneres fílmics<sup>12</sup> amb més presència femenina en alts càrrecs (2016-2021).

Font: elaboració pròpia (2022).

Dins el món audiovisual, el Drama (22,45%), la Comèdia (15,96%) i el cinema Romàntic (9,47%) són gèneres considerats típicament femenins. Són els més freqüents i els formats perfectes per explicar l'ideal de l'amor romàntic, els problemes de la maternitat o els inconvenients de parella (Castejón, 2013). Tot i això, és cert que a l'audiovisual escrit i dirigit per dones es troben nous tractaments i criteris, ja que "sus puntos de vista y sus perspectivas culturales les ha permitido aportar nuevos modos de ver y hacernos ver" (Ruffinelli, 2014, citat per Castro, Díaz & Torres, 2021, p.165).

A la quarta posició destaca el Documental (6,61%), sempre associat a tòpics del drama social, del drama romàntic o de la comèdia romàntica. És a dir, que tot i ser un gènere fílmic diferent, és associat als primers a través del seu enfocament narratiu. *El Tiempo que te doy* (2021) i *Sonny Boy* (2011) en són exemples.

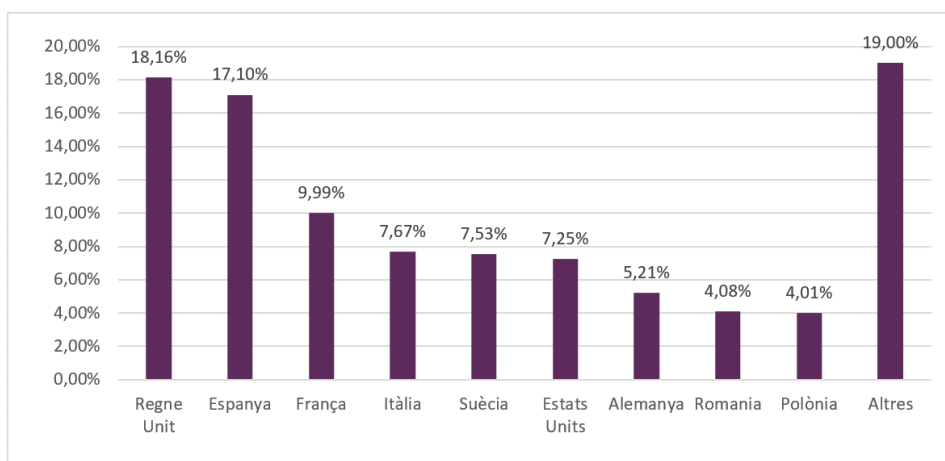
<sup>12</sup> Classificació de gèneres cinematogràfics extreta de la plataforma de Netflix.

Per últim, els gèneres cinematogràfics de ciència-ficció i de terror ocupen les darreres posicions, amb un 1,21% i 0,97% respectivament. Així doncs, coincideix amb l'opinió de Carmen Pombero a l'entrevista amb Castro, Díaz & Torres (2021), on explica que se segueixen les línies marcades per l'audiovisual convencional i es demostren les idees preconcebudes que les dones no estan capacitades per dur a terme aquests gèneres fílmics.

Altrament, una dada que s'ha trobat interessant és la mitjana d'edat de les dones en el moment que aconseguen el reconeixement de fer aparèixer el seu film a la plataforma. Es localitza entre els 48 i 50 anys, fet que manifestaria que la plataforma dóna veu a les dones en un moment de maduresa, i no s'arrisca amb produccions femenines novelles.

Respecte als premis i nominacions obtinguts per les produccions femenines, compten amb una mitjana de 2,3 premis i 4,7 nominacions. És un terme mitjà elevat, significant que aquestes s'involucren i assoleixen bons resultats entre els festivals de cinema. En total, els 612 films produïts per dones han aconseguit 1.392 premis i 2.869 nominacions.

Finalment, pel que fa a la nacionalitat de les dones, s'observa una equitat amb els mateixos països que compten amb major presència femenina (taula 11).



**Taula 14: Nacionalitat de les dones directores, productores executives i guionistes de les produccions europees de Netflix (2016-2021).**

Font: elaboració pròpia (2022).

Es voldria assenyalar que, tot i parlar de produccions europees, el 7,25% dels alts càrrecs són concedits a dones procedents dels Estats Units. És a dir, s'observa la presència americana i el poder, sobretot executiu, que aquests encara aconseguen a Europa.

## 6. Conclusions

L'objectiu inicial d'aquesta investigació era "observar l'evolució del nombre de dones directores, guionistes i productores executives europees a Netflix des de l'any 2016 fins a l'actualitat (2021)".

En relació amb el propòsit principal, s'ha pogut comprovar que es parla d'una lenta evolució i que és alarmant que avui en dia encara existeixi una diferència tan marcada entre ambdós gèneres. La igualtat de gènere en el món audiovisual dista d'haver-se aconseguit, ja que presenta

una elevada masculinització i es troben poques produccions de direcció i lideratge femení (al 20% de films apareix una dona directiva, en contraposició al 80% de direcció masculina). I, aquests resultats són coincidents amb altres estudis previs sobre la indústria tant a àmbit internacional (Agency for Audio and Audiovisual Media Services, 2017; European Audiovisual Observatory, 2020; Jones, 2018; Observatoire Européen de l'Audiovisuelle, 2020; Teeper, 2020), com en el mercat espanyol (Cuenca, 2020).

Per una banda, remarcar que es tenia una expectativa que molt poques dones es poden dedicar a l'audiovisual a Europa. Aquesta recerca ha demostrat que, tot i que es troben moltes desigualtats de gènere, hi ha més rols de dones directives de les quals es pensaven. En concret, s'ha observat com Netflix ha anat incrementant la seva inversió en llargmetratges de direcció femenina; iniciant així el 2016 amb la distribució de 12 produccions, 88 durant l'any 2018-2019, i el 2021 va donar lloc a un creixement que va arribar fins als 512 films.

Sobretot, en les produccions de Netflix les dones ocupen càrrecs de guionatge (44,7%) i producció executiva (31,58%). Són rols que els dona poder dins els rodatges, però no aconseguen tanta visibilitat mediàtica en la dimensió pública. A més, apareixen com a co-directives, puix que sempre segueixen a un nom masculí. I pel que fa a la direcció, compta amb un 23,65% de representació femenina i, per tant, fa evident que és l'ocupació on les dones troben més dificultats per ascendir i on el sostre de vidre és més palpable.

Això significa que, mentre Netflix (i les altres plataformes com HBO, Movistar+, Amazon Prime...) no donin suport a les produccions audiovisuals escrites i dirigides per dones, els models de comportament social continuaran relegats a la mirada masculina i, conseqüentment, les idees preconcebudes com la seva falta de capacitat. Això significa que es necessiten rols femenins a les altes direccions de pel·lícules i sèries perquè creïn imatges i trames que, de manera indirecta, ens ajudin a la nova construcció de l'imaginari col·lectiu.

Per altra banda, es voldria destacar que les plataformes OTT no tenen l'obligació de seguir cap normativa ni política de gènere, només compten amb accions d'autoregulació que, habitualment, són aplicades reactivament. És cert que Netflix intenta seguir els models i tendències establerts a la societat per a ser majoritàriament acceptada; no obstant això, i tot i la cultura corporativa que la plataforma exhibeix orgullosa, encara no s'ha provocat cap impacte directe significatiu en la millora de la situació laboral de les dones dins el sector audiovisual i és aviat per afirmar si apareixeran canvis suficients per alterar patrons i activar pautes de comportament d'igualtat de gènere i d'oportunitats.

Així doncs, aquest estudi ha constatat que tal i com exposen Izquierdo & Latorre (2021), "las plataformas de streaming internacionales, por su doble papel de distribuidoras a gran escala y potenciales productoras de referencia en mercados locales, tienen un papel fundamental para el impulso y el progreso de las mujeres en la industria. Un progreso que no solo debe aspirar a la igualdad en la composición de las plantillas, sino procurar oportunidades para liderar proyectos para los circuitos de mayor distribución" (p.875).

En conclusió, el posicionament de les dones en càrrecs de direcció, producció executiva i guió continua necessitant polítiques de gènere que les empari per aconseguir una major igualtat dins la plataforma de *streaming* Netflix. Caldria aplicar eines i estratègies per alleugerir els obstacles i complicacions que aquestes pateixen i, alhora, augmentar la conscienciació entre la població.

Finalment, aquesta recerca s'havia plantejat observar també si hi havia alguna relació entre el nombre de directives en les produccions audiovisuals de Netflix i el nombre de subscriptores de la plataforma. Davant la impossibilitat d'obtenir de forma fiable les dades (Netflix no les publica) pensem que aquest hauria de ser un punt de partida per a plantejar una recerca més ambiciosa amb altres recursos.

## 7. Bibliografia

- Abbatescianni, D. (2021, Juny 25). Netflix alcanzará los 67 millones de suscriptores en Europa este año, y apunta a los 86,2 en 2026. *Cineuropa*. Extret de: <https://cineuropa.org/es/newsdetail/406353/#:~:text=Netflix%20alcanzar%C3%A1%20los%2067%20millones,86%2C2%20en%202026%20%2D%20Cineuropa>
- Agency for Audio and Audiovisual Media Services. (2017). *Gender on television: a collection of anual surveys on the treatment of gender issues and the way women and men are depicted by the national tv stations (2012 – 2016)*. Extret de: <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2018/04/Collecton-2012-2016.pdf>
- Amazon. (2022). ¿Qué es OTT? Una guía completa sobre la transmisión libre. *Amazon Ads*. Extret de: <https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/what-is-ott>
- Andréu, J. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. *ACADEMIA. Accelerating the world's research*. Extret de: <https://acortar.link/WUNLI5>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [AIMC]. (2022). *Marco general de los medios en España*. Extret de: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2022/01/marco2022.pdf>
- Audiovisual (2021, Octubre 18). Cine turco: el auge de una potencia mundial con ingredientes propios. *Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación*. Extret de: <https://ieperiodismo.com/cine-turco-exito/>
- AVMU. (2022). *Agency's Competences*. Extret de: <https://avmu.mk/en/agencys-competences/>
- Barceló, T., & Fuentes, G. (2020). Las plataformas de vídeo bajo demanda como dinamizadoras de la producción y distribución de largometrajes de ficción españoles. VII Congreso Internacional de la AE-IC. *Comunicación y Diversidad. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación* (pàg. 1689 – 1706). Madrid: CEU Universities. Extret de: <https://aeicvalencia2020.org/wp-content/uploads/2021/01/Libro-de-Comunicaciones-VII-Congreso-Internacional-de-la-AE-IC-Valencia-2020.pdf>
- Barlovento Comunicación. (2021, Setembre). *Análisis del Comportamiento de la Audiencia TV. Septiembre 2021*. Extret de: <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2021/10/barlovento-analisisaudienciasTV-Septiembre-2021.pdf>
- Beltrán, M., & Fernández, P. (2017). *Diseño e implementación de una plataforma de vídeo streaming OTT multiformato*. [Treball de fi de Grau, Universitat Politècnica de Madrid]. Extret de: [https://oa.upm.es/48406/1/PFC\\_MANUEL\\_BELTRAN\\_SEVILLA\\_PABLO\\_FERNANDEZ\\_ROSAL\\_ES.pdf](https://oa.upm.es/48406/1/PFC_MANUEL_BELTRAN_SEVILLA_PABLO_FERNANDEZ_ROSAL_ES.pdf)
- BOE. (2007). *Ley 55/2007m de 28 de diciembre, del Cine*. Extret de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-22439>

- BOE. (2009). *Orden CUL/2834/2009, de 19 de octubre*. Extret de:  
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2009/BOE-A-2009-16839-consolidado.pdf>
- Buchi, C. (2021, Novembre 30). Netflix Review 2022. *Reviews.org*. Extret de:  
[https://www.reviews.org/tv-service/netflix-review/#How\\_long\\_would\\_it\\_take\\_to\\_watch\\_everything\\_on\\_Netflix](https://www.reviews.org/tv-service/netflix-review/#How_long_would_it_take_to_watch_everything_on_Netflix)
- Caro, F., García, M., & Bezunartea, O. (2014, Febrer 3). La metodología mixta de investigación aplicada a la perspectiva de género en la prensa escrita. *Palabra Clave*, 17 (3), 828 – 853.  
 Extret de:  
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3825>
- Castejón Leorza, M. (2013, Juliol 2). Directoras de cine. Entre el cine de mujeres y el punto de vista de género. *Pikara Magazine*. Extret de:  
[https://www.pikaramagazine.com/2013/07/directoras-de-cine-entre-el-cine-de-mujeres-y-el-punto-de-vista-de-genero/#\\_ftn11](https://www.pikaramagazine.com/2013/07/directoras-de-cine-entre-el-cine-de-mujeres-y-el-punto-de-vista-de-genero/#_ftn11)
- Castro, A., Díaz, P., & Torres, J. L. (2021, Abril 20). Mujeres guionistas y estereotipos de género en el audiovisual español actual. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 16, 163 - 184. Extret de:  
<http://revpubli.unileon.es/index.php/cuestionesdegenero/article/view/6972>
- CICE. (2021). Los roles de una producción audiovisual. *CICE Blog*. Extret de:  
<https://www.cice.es/blog/articulos/roles-produccion-audiovisual/>
- CIMA. (s. d.). *Qué es CIMA*. Extret de: <https://cimamujerescineastas.es/que-es-cima/>
- Council of Europe. (2022). *About Eurimages – European Cinema Support Fund*. Extret de:  
<https://www.coe.int/en/web/eurimages/about>
- Cuenca, S. (2020). *Informe CIMA. La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español: 2019*. Madrid: CIMA. Extret de:  
<https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2020/10/INFORME-ANUAL-CIMA-2019.pdf>
- EFAD. (2022). *About us*. Extret de: <https://europeanfilmagencies.eu/>
- El Mundo. (2016, Gener 24). Gutiérrez Aragón: “Ser director de cine consiste en sobrevivir al caos”. *El Mundo. Cultura*. Extret de:  
<https://www.elmundo.es/cultura/2016/01/24/56a5236c46163fc26f8b467a.html>
- EPRA. (2011, Octubre 7). *General information on EPRA*. Extret de:  
<https://www.epra.org/articles/general-information-on-epra>
- European Audiovisual Observatory. (2020). Observatorio Europeo del Audiovisual: Informe sobre mujeres directores y guionistas en la producción europea de cine y ficción audiovisual. *Europa Creativa Media*. Extret de: <https://www.oficinamediaespana.eu/noticias/item/2303-observatorio-europeo-del-audiovisual-informe-sobre-realizadoras-y-guionistas-en-la-produccion-europea-de-cine-y-ficcion-audiovisual>

- European Audiovisual Observatory. (s. d.). *What we do*. Extret de: <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/what-we-do>
- EWA. (2017). *Who we are*. Extret de: <https://www.ewawomen.com/women-in-the-film-industry/>
- Filmförderungsanstalt. (s. d.). *FFA in Brief*. Extret de: <https://www.ffa.de/index.php?id=170>
- Fixable. (2022). *Fixable*. Extret de: <https://es.flexible.com/>
- Generalitat de Catalunya. (s. d.). *Descripció del CAC*. Extret de: <https://www.cac.cat/cac/descripcio-del-cac>
- Generalitat de Catalunya. (s. d.). *Igualtat de gènere*. Extret de: <https://www.cac.cat/igualtat-genero-0>
- Gómez, F. J. & Marzal, J. (2015, Març). *Diccionario de conceptos y términos audiovisuales*. Cátedra.
- Gómez, V. (2018). *Hacia un nuevo modelo de televisión. Auge de las plataformas VOD en España : estructura, evolución del sector y reportaje periodístico*. [Treball fi de Grau, Universitat de Sevilla]. Extret de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/81118/TFG%20Victoria%20G%c3%b3mez%20Mora.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González, V. (2021, Abril 16). Cuántos suscriptores tiene Netflix, HBO, Disney+, Apple TV+ y Amazon Prime Video. *Revista GQ*. Extret de: <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuantos-suscriptores-tiene-netflix-hbo-disney-apple-amazon-prime-video>
- Guix, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo?. *Revista de Calidad Asistencial*, 23 (1), 26 – 30. Extret de: <https://acortar.link/nHZIHn>
- International Labour Organization (ILO). (2019). *C190 – Violence and Harassment Convention, 2019 (No. 190)*. Extret de: [https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100\\_INSTRUMENT\\_ID,P12100\\_LANG\\_CODE:3999810,es](https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID,P12100_LANG_CODE:3999810,es)
- Ivette, A. (2020, Gener 24). La diferencia entre director y productor y otras cosas de cine que te da pena preguntar. *Cultura Colectiva*. Extret de: <https://culturacolectiva.com/cine/que-hace-un-productor-director-cine-funciones-produccion>
- Izquierdo, J., & Latorre, T. (2021, Maig 28). Presencia y liderazgo de la mujer en el audiovisual: el impacto de las plataformas streaming. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (3), 867 – 877. Extret de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/194592/76291.pdf?sequence=1>
- Jones, J. (2018). Achieving greater diversity in broadcasting – special focus on gender; Benefits and best practice approaches. *47th EPRA Meeting. Working Group II*. Luxemburg. Extret de: <https://cdn.epra.org/attachments/files/3356/original/EPRA-Gender-Report-FINAL.pdf?1537262554>



- Lauzen, M. (2021). The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top U.S. Films of 2021. *New York Women in Film & Television*. Extret de: <https://www.nywift.org/status-of-women-in-the-industry/>
- Le Lab Femmes de Cinéma. (s. d.). *About us*. Extret de: <https://femmesdecinema.org/en/about-us/>
- López, D. (2018). *Estudio de las plataformas de streaming*. [Treball de fi de Grau, Universitat de Sevilla]. Extret de: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio\\_de\\_las\\_plataformas\\_de\\_streaming.pdf](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio_de_las_plataformas_de_streaming.pdf)
- Manchado, S. (2019, Maig 1). Mujeres cineastas engendran nuevos roles modelo en la producción audiovisual. *Hachetepe. Revista científica De Educación y Comunicación*, 18, 79 – 90. Extret de: <https://revistas.uca.es/index.php/hachetepe/article/view/6012>
- Martín, J. (2019, Desembre 23). El papel de la mujer en las películas y series originales de Netflix en la India. *Revista Indi@logs*, 7, 45-62. Extret de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7328755>
- Martínez-Collado, A., & Navarrete, A. (2011). Mujeres e industria audiovisual hoy: Involución, experimentación y nuevos modelos narrativos. *Teoría de la Educación y Cultura en la Sociedad de la Información (TESI)*, 12 (1), 8-23. Extret de: [https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/100620/Mujeres\\_e\\_industria\\_audiovisual\\_hoy\\_Invo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/100620/Mujeres_e_industria_audiovisual_hoy_Invo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Marun, J. (s.d.). Principales roles en una Productora audiovisual. *Producción Aparte*. Extret de: <https://produccionaparte.com/arte/roles-productora-audiovisual/>
- Megamedia. (2022). Qué son las plataformas OTT y qué debemos saber?. *Megamedia S.L.* Extret de: <https://megamedia.es/producto-digital/plataformas-ott/>
- Morales, J. I. (2021, Octubre 15). ¿Qué hace un productor de cine y qué tipos hay?. *Cine Premiere*. Extret de: <https://www.cinepremiere.com.mx/26904-el-productor.html>
- Morillo, M. (2019, Maig 14). Dueñas del show, las mujeres que están revolucionando las series de televisión. *Revista Admira*, 7, 107 - 112. Extret de: <https://core.ac.uk/download/pdf/334817924.pdf>
- Netflix. (2022). *La historia de Netflix*. Extret de: [https://about.netflix.com/es\\_es](https://about.netflix.com/es_es)
- Observatoire Européen de l'Audiovisuel (2020). *Annuaire 2019/2020. Tendances Clés. Télévision, cinéma, video et services audiovisuels à la demande - Le paysage paneuropéen*. Extret de: <https://rm.coe.int/yearbook-keytrends-2019-2020-fr/16809ce58e>
- OFCOM. (2022). *What is Ofcom?*. Extret de: <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/what-is-ofcom>

- Ortega, H. (2016, Febrer 1). Pero, ¿en qué demonios consiste el Trabajo de un productor de cine?. *S Moda. El País*. Extret de: <https://smoda.elpais.com/moda/pero-en-que-demonios-consiste-el-trabajo-de-un-productor-de-cine/>
- Productora Audiovisual. (2018, Setembre 20). Roles principales en una producción audiovisual. *Productora Audiovisual Barcelona. YuMagic*. Extret de: <https://productoraudiovisualbarcelona.com/roles-principales-produccion-audiovisual/>
- Real Academia Española. [RAE]. (2022). *Diccionario de la lengua española*. Extret de: <https://dle.rae.es>
- Reason Why. (2022, Abril 20). Netflix pierde 200.000 suscriptores a nivel global y plantea incluir publicidad con un plan más económico. *Reason Why*. Extret de: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/netflix-pierde-suscriptores-incluir-publicidad-plan-economico>
- Sarrió, M., Barberá, E., Ramos, A., & Candela, C. (2002). El techo de cristal en la promoción profesional de las mujeres. *Revista de Psicología Social*, 17 (2), 167 – 182. Extret de: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1174/021347402320007582?needAccess=true>
- Sawakinome. (s.d.). Diferencia clave – OTT vs VOD. *Sawakinome*. Extret de: <https://es.sawakinome.com/articles/applications/difference-between-ott-and-vod.html>
- Teeper, D. (2020). *Manual de Buenas Prácticas: igualdad de genero y diversidad en el sector audiovisual europeo*. Extret de: <https://www.fim-musicians.org/wp-content/uploads/gender-diversity-handbook-es.pdf>
- Treintaycinco mm. (2020, Octubre 7). ¿Qué hace un director de cine?. *35 mm*. Extret de: <https://35mm.es/que-hace-director-cine/>